

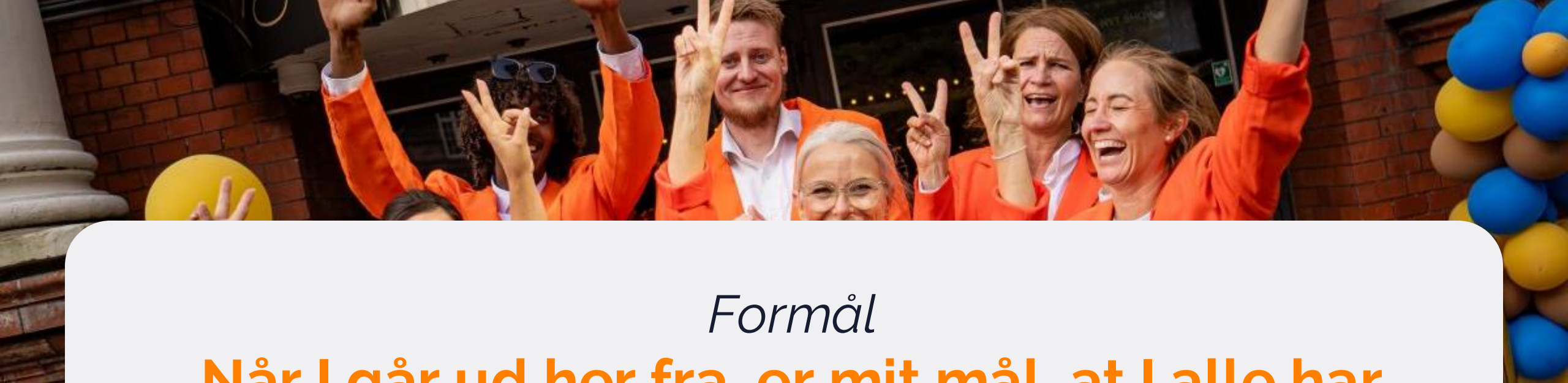


# Fremtidens gæster når omverdenen stiller krav og forandrer sig

*DKBS – SAMBO – 2025*

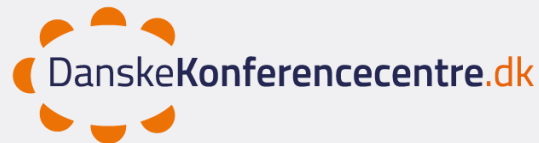
*Sæt jer sammen med nogle, som du ikke  
normalt arbejder sammen med 😊*





## *Formål*

**Når I går ud her fra, er mit mål, at I alle har minimum 2 konkrete idéer til, hvordan gæsterejsen på jeres venue kan formes til kommende generationer.**



# ASNÆS & VANGSTRUP

Hvem er jeg?



## WHY

Vores formål er at løfte Hotel- og Restaurationsbranchen til den anerkendelse den fortjener



## HOW

Vi er nysgerrige og altid på udkig efter ekstraordinære løsninger for mennesker og forretning



## WHAT

Vi udvikler og leverer uddannelse til alle niveauer i vores branche

# | 28. februar 2025 - Agenda



## Fremtidens gæst

*...& generationsforskning*



## 2030-trends

*For konferencehoteller*



## Espresso House Kickoff

*Case ved bordene*



## Refleksioner?

*...til egen praksis*





Lad os starte med det vigtigste:  
**Konferencehotellerne**  
**er her også i 2030 😊**

2025-forskning viser, at den nyeste  
generation på arbejdsmarkedet  
værdtsætter workshops,  
konferencer og netværk

*...så længe de er 'designet' rigtigt!*

1

Hvorfor er det vigtigt at snakke om generationer, når man er et konferencehotel?

Vi har **aldrig** haft så mange forskellige generationer på arbejdsmarkedet, som vi har lige nu!



Generations-  
forskning

# Hvem er Babyboomer?

## Babyboomere

**Født: Cirka 1946 til 1964. Alder i dag ml. ca. 61 år & 79 år**

- Kommunikation ansigt-til-ansigt.
- Traditionelt og klassisk værdisæt.
- Brug for tid på at vænne sig til forandringer.
- Vant til hierarki på arbejdspladsen.
- Lægger vægt på at respektere deres omverden.
- Udvikling fra at lægge vægt på at tjene penge til selvrealisering.
- Loyale overfor arbejdspladser og processer/procedurer.

# Hvem er Gen X?

## Generation X

**Født: Cirka 1965 til 1979. Alder i dag ml. ca. 60 år & 46 år**

- Opdraget meget traditionelt af Babyboomerne.
- Trives med et højt tempo og indflydelse.
- Komfortable med de fleste digitale platforme.
- Team-orienterede og loyale overfor relationer.
- Helst ikke for mange regler.
- Søger en passende work-life balance.
- Søger fleksibilitet i arbejdet gennem f.eks. flextid, hjemmearbejdsdage, mv.

Generations-  
forskning



# Hvem er Millennials?

## Generation Y - 'Millennials'

**Født: Cirka 1980 til 1994. Alder i dag ml. ca. 45 år & 31 år**

- Vokset op med en mobiltelefon i hånden.
- Kommunikerer typisk ved hjælp af teknologi.
- Kan kommunikere digitalt med personer, i samme lokale.
- Er nysgerrige og fulde af selvtillid. Vil helst nå deres mål hurtigt.
- Stor grad af tiltro til deres måde at gøre tingene på.
- Føler, at livet er kort og søger at nyde livet. Høj grad af selvrealisering.
- Trives ikke med traditionelle hierarkier og forventer involvering.

Generations-  
forskning

# Hvem er Gen Z?

I 2025 vil Gen Z **være større** end Babyboomers på arbejdsmarkedet.

Meget snart udgør Millennials og Gen Z **hele 75% af arbejdsmarkedet.**

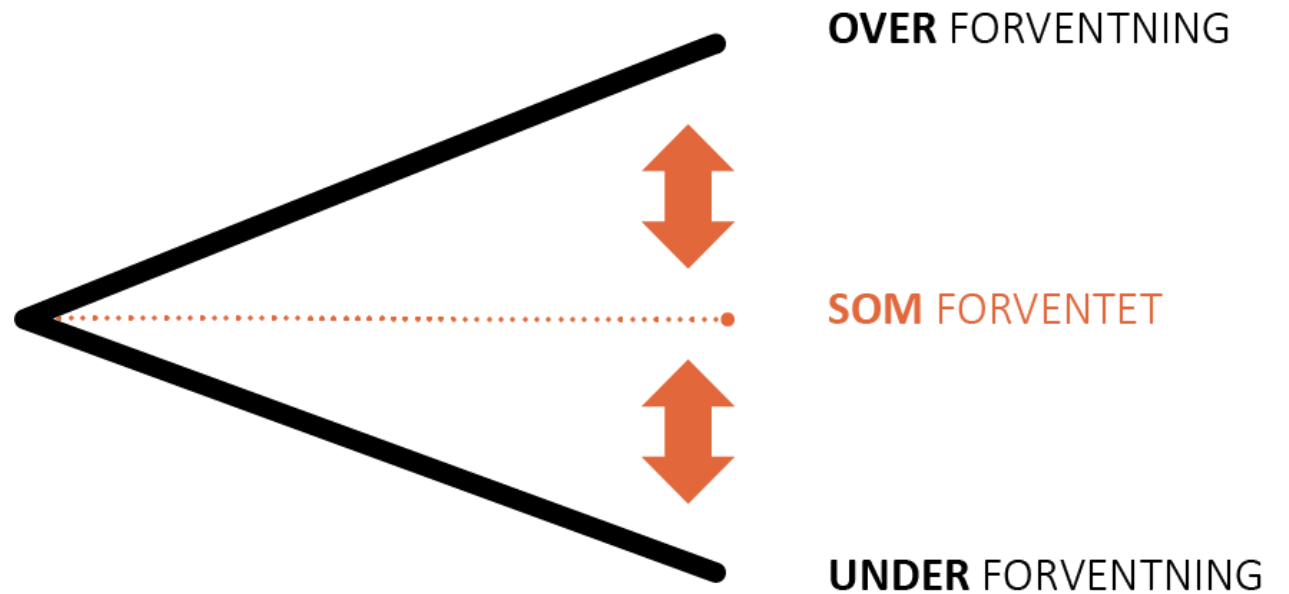
## Generation Z

**Født: Cirka 1995 til 2010. Alder i dag ml. ca. 30 & 15 år.**

- De unge (og nye) på arbejdsmarkedet.
- Vokset op i en digital verden og er forbundet til deres telefon ved navlestrengen.
- Oplyste, kritiske, multitasker og tilegner sig information hele tiden. Forventer andre gør det samme.
- Ønsker at opnå høj grad af medindflydelse og at gøre en forskel.
- Forventer at indgå i ligeværdige relationer.
- Autoriteter og stjerner på skulderen har ikke værdi.
- Ønsker at være i selvledende organisation og at kunne finde svar på udfordringer/problemer nemt og hurtigt.

Generations-  
forskning

# Generation Z. GAP model.

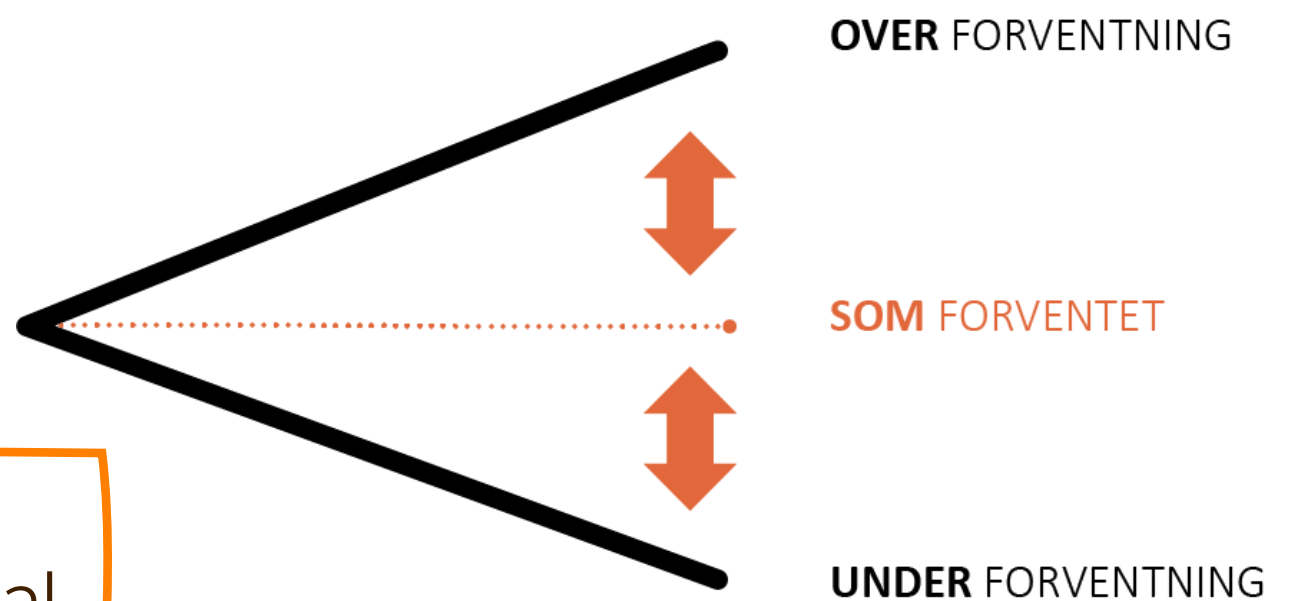


## Generation Z

**Født: Cirka 1995 til 2010. Alder i dag ml. ca. 30 & 15 år.**

- De unge (og nye) på arbejdsmarkedet.
- Vokset op i en digital verden og er forbundet til deres telefon ved navlestrengen.
- Oplyste, kritiske, multitasker og tilegner sig information hele tiden. Forventer andre gør det samme.
- Ønsker at opnå høj grad af medindflydelse og at gøre en forskel.
- Forventer at indgå i ligeværdige relationer.
- Autoriteter og stjerner på skulderen har ikke værdi.
- Ønsker at være i selvledende organisation og at kunne finde svar på udfordringer/problemer nemt og hurtigt.

Hvad er det for nogle **GAPs**, som vi, i vores **gæsterejse**, skal have lukket, for fortsat at have vores **eksistensberettigelse** overfor **Generation Z**?



### Generation Z

**Født: Cirka 1995 til 2010. Alder i dag ml. ca. 30 & 15 år.**

- De unge (og nye) på arbejdsmarkedet.
- Vokset op i en digital verden og er forbundet til deres telefon ved navlestrengen.
- Oplyste, kritiske, multitasker og tilegner sig information hele tiden. Forventer andre gør det samme.
- Ønsker at opnå høj grad af medindflydelse og at gøre en forskel.
- Forventer at indgå i ligeværdige relationer.
- Autoriteter og stjerner på skulderen har ikke værdi.
- Ønsker at være i selvledende organisation og at kunne finde svar på udfordringer/problemer nemt og hurtigt.



# Generation Z. Trends.

**Fysisk deltagelse:** Kun 44% af Gen Z, med under fem års erhvervserfaring, er trygge ved at deltage i fysiske konferencer.

- 60% af disse følte sig mere tryk, når eventet inkluderer en "Welcome Hour," hvor man kan møde andre deltagere og stille eventuelle spørgsmål direkte til konferencehotellet.
- 54% synes det var **meget mere** behageligt, hvis konferencen starter ud med at have "samtalekort," til at kickstarte deres networking.
- 83% oplever angst hvis de bliver bedt om at snakke foran alle på en konference.
- 68% foretrækker at dagen deles op i to dele, med en længere pause i midten.

# Generation Z. Trends.



**Bæredygtighed:** 73% af Gen Z siger, at det er meget vigtigt, at konference-hotellet tager et beviseligt og aktivt ansvar for miljøet.

**Hybride møder:** 89% af Gen Z forventer, at der på konferencehotellet kan afvikles hybride møder med det udstyr som er til rådighed.

**Fysisk aktivitet:** 91% af Gen Z forventer, at der er træningsfaciliteter til rådighed på hotellet (og gerne døgnet rundt).

**Teknologi:** 79% føler ikke det er "nok" med et klassisk projektor/lærred setup

# Generation Z.

## Trends.

3

Hvilke trends ser du hos dig/jer?

Fleksibilitet: Afbestillingsregler som konkurrenceparameter & "forudbestillingsansgt"

Forbrugerne vil opleve sammen med andre - og de vil underholdes!

Hvad får dig til at besøge de oplevelsessteder, som du planlægger at besøge i 2024?





Hvordan skal **gæsterejsen** formes, før en Gen Z fra Espresso House efterspørger hos sin chef, om vi **“ikke godt kan holde kick-off på konferencehotel X i 2026?”**

---

## CASE

*Konference + forplejning +  
underholdning + overnatning*





# Refleksioner?

1

**Før ankomst  
Booking**

2

**Ankomst  
Welcome  
Hour  
Kick-off**

3

**Forplejning  
(inkl. aftensmad)  
Underholdning**

4

**Morgenmad  
Afrejse  
Efter  
oplevelse**



# Tak for snakken

Lad os connecte:

